

COMERCIALIZACION DE UN NUEVO PRODUCTO PARA EL MERCADO DE LA
EMPRESA POLARIZADOS CALICHE LTDA

GUILLERMO LORES OROZCO

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI
2006

COMERCIALIZACION DE UN NUEVO PRODUCTO PARA EL MERCADO DE LA
EMPRESA POLARIZADOS CALICHE LTDA

GUILLERMO LORES OROZCO

Trabajo de Grado pasantía para optar al título de Mercadeo y Negocios
Internacionales

Directora:

Dra. ANGELA BELTRAN

Administradora de Empresas

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI
2006

Nota de aceptación

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para Optar al Título de Profesionales en Mercadeo y negocios Internacionales.

HENRY ROJAS

Jurado

JESUS MARIA PLATA

Jurado

Santiago de Cali, Marzo 2006

Este logro alcanzado lo quiero dedicar de manera muy especial a mis Padres quienes siempre estuvieron pendientes de mi progreso, a mis hermanos y familiares que se satisfacen con mis éxitos.

AGRADECIMIENTOS

El autor expresa sus agradecimientos:

A Polarizados Caliche Ltda..

A la Universitaria Autónoma de Occidente

A los profesores quienes en el transcurso de la carrera nos brindaron sus conocimientos.

A todas aquellas personas que de una u otra forma colaboraron con la realización de este proyecto

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	12
1. OBJETIVO	13
2. HISTORIA DE LA EMPRESA	12
2.1 MISION	15
2.2 VISION	16
2.3 OBJETIVOS	16
2.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	17
2.5 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	18
2.5.1 Polarizados de vehículos	18
2.5.2 Instalación de equipos electrónicos en vehículos	18
2.5.3 Decoración de apartamentos	19
2.5.4. Competencia	19
2.5.5 Proveedores	20
3. MATRIZ DOFA	21
3.1 ESTRATEGIAS	22
4. ANTECEDENTES DEL POLARIZADO	24
5. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO ACTUAL	25
5.1 PRODUCTO	25
5.2 EVALUACIÓN DEL PRODUCTO ACTUAL Y SUS DEBILIDADES	25
5.3 EVALUACIÓN DE OFERTA DE PRODUCTOS	26
5.3.1 Antirayable (C1)	27
5.3.2 Que no distorsione (C2)	27
5.3.3 Buena gama de colores (C3)	27
5.3.4 Línea de productos (C4)	28

5.3.5 Que no sea toxico (C5)	28
5.3.6 Que no se decolore (C6)	29
5.3.7 La economía (C7)	29
5.3.8 Servicio postventa (C8)	29
5.3.9 Servicio al cliente (C9)	29
5.3.10 Puntualidad de entrega (C10)	29
5.3.11 Financiación para pagos (C11)	30
5.4 EL NUEVO PRODUCTO SELECCIONADO	32
5.5 CARACTERÍSTICAS DEL NUEVO PRODUCTO	33
5.6 FIDELIDAD DE CLIENTES	35
5.7 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	35
5.8 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO	36
5.9 PARTICIPACIÓN DE MERCADO DEL NUEVO PRODUCTO SUNGARD	37
5.10 FORTALEZAS DEL POLARIZADO SELECCIONADO	38
5.11 DEBILIDADES Y AMENAZAS DEL POLARIZADO SELECCIONADO	40
5.12 COMERCIALIZACION DE UN NUEVO PRODUCTO PARA EL MERCADO DE LA EMPRESA POLARIZADOS CALICHE LTDA	40
5.13 COMPRADORES EFECTIVOS –MARKET SHARE	41
5.14 CLIENTES DEL NUEVO PRODUCTO	41
5.15 LA EMPRESA DISTRIBUIDORA	43
5.16 EMBALAJE Y EMPAQUE	44
5.17 LOGÍSTICA DE LA ADQUISICIÓN DEL NUEVO PRODUCTO	44
5.18 GESTION DE EXISTENCIAS	45
5.19 DIAGRAMA DEL SERVICIO DE POLARIZADO DEL NUEVO PRODUCTO	45
5.20 CONTROL DE CALIDAD	46

5.21 INVENTARIOS	46
5.22 DIVISIÓN DE MERCADEO	47
5.22.1 Metas	47
6. ANALISIS DE COSTO	49
6.1 ANÁLISIS DE MATERIA PRIMA POR SERVICIO	49
6.2 ANALISIS DE COSTOS INDIRECTOS PARA EL POLARIZADO DE AUTOMOVIL	49
6.3 MANO DE OBRA	50
7. MARGEN DE RENTABILIDAD DEL NUEVO PRODUCTO SUN-GARD	56
8. PROPUESTA DE VENTA	60
8.1 PERSPECTIVA DE CLIENTES	60
8.2 MATERIALES DE MARKETING	60
8.3 PLAN DE MARKETING	60
8.3.1 Tipo de estrategias que se implementaran	60
8.3.1.1 Estrategia de bajo costo	60
8.3.1.2 Experiencia única para el consumidor	61
8.3.1.3 Ofrecer calidad máxima en el producto	61
8.3.1.4 Centrarse en nichos de mercado	61
8.3.2 Manual de procedimiento para una venta	61
8.3.3 Distribución de marketing de la siguiente manera	62
8.3.4 Conocimiento del producto	62
9. RELACIONES INTERNACIONALES	64
10. CONCLUSIONES	68
11. RECOMENDACIONES	70
BIBLIOGRAFIA	72

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Matriz Dofa	21
Tabla 2. Características de Películas de polarizado	30
Tabla 3. Costos indirectos para polarizado de automóvil	49
Tabla 4. Cuadro valor hora por trabajador planta	50
Tabla 5. Subtotal de costo por servicio del nuevo producto	50
Tabla 6. Cuadro comparativo entre el subtotal de costo y el precio de venta	53
Tabla 7. Estado de resultados	57

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Organigrama de POLARIZADOS CALICHE LTDA.	17
Gráfica 2. Componentes del polarizado	35
Gráfica 3. Comparativo de diferentes películas	37
Gráfica 4. Mercado Polarizados en Cali	38
Gráfica 5. Diagrama del servicio de polarizado del nuevo producto	45
Gráfica 6. Logos de Polarizados Caliche	63

RESUMEN

El presente proyecto de grado se realiza con el fin de realizar una propuesta de un nuevo producto para la empresa Polarizados Caliche, buscando un mayor reconocimiento en el mercado. Para ello se realiza inicialmente un reseña histórica de la Empresa, analizando además la visión, misión y objetivos, posteriormente se realiza una análisis del ambiente interno y externo empleando como herramienta de estudio la matriz DOFA, seguidamente se analiza el producto actual desde todas sus perspectivas incluyendo entre el estudio temas importantes como su comercialización, adquisición, los clientes, control de calidad, inventario, por último se realiza un análisis de costos y el margen de rentabilidad que produce el nuevo producto a la Empresa POLARIZADOS CALICHE LTDA.

INTRODUCCION

En este trabajo se presenta la selección de un nuevo producto; para introducir al mercado por medio de la empresa POLARIZADOS CALICHE LTDA., con el objetivo de dar mayor satisfacción al cliente; Brindando un papel polarizado que posea mayor calidad del que se está usando en la actualidad, que sea antirrayable, que no se distorsione, que tenga una buena gama de colores, que sea más duradero y que no sea tóxico.

Para llegar al análisis de la comercialización del producto se realiza un estudio de la conformación de la empresa POLARIZADOS CALICHE LTDA., posteriormente se hace un análisis de todas las áreas participantes.

Para llegar a la selección del producto se evalúan varias alternativas y para llegar a la comercialización del nuevo producto se determinan unas estrategias, políticas y metas que se deben tener en cuenta para que la empresa obtenga un valor agregado y una ventaja competitiva.

1. OBJETIVO

- La decisión de realizar un proyecto de pasantía para la empresa Polarizados Caliche, se hizo pensando en la necesidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera, y contribuir en el desarrollo de estrategias que le permitan a la empresa posicionar y darle una buena orientación del nuevo producto en el mercado.
- Mediante la propuesta del nuevo producto para la empresa, el objetivo fundamental es llegar a los clientes potenciales de Polarizados Caliche, buscando un mayor reconocimiento en el mercado.
- Se busca a mediano plazo ampliar las sucursales de polarizado caliche a nivel nacional, en mercados que pasan por un crecimiento económico que es atractivo para la implementación de la estrategia.

2. HISTORIA DE LA EMPRESA

Hace 20 años el Señor Carlos Orozco gracias a su creatividad y habilidad manual inició el diseño de calcomanías para la decoración de motos y automóviles, avisos publicitarios y nombres trabajados con cintas americanas en el garaje de su casa. Con el paso del tiempo su trabajo fue ganando mucha demanda de clientes; el Señor Carlos Orozco se vio en la necesidad de enseñarle a un amigo la técnica de decoración, quién empezó a ayudarlo. Después un amigo le llevó una película de polarizado, pero en ese entonces el Señor Carlos Orozco no sabía para que servía ese papel, ni que uso darle, él empezó a investigar en libros para que servía esa película polarizadora y se dio cuenta que su función era cubrir los vidrios para contrarrestar el sol.

Inicialmente comenzó polarizando casas y oficinas, después polarizó automóviles, con esta nueva técnica se generó una demanda significativa, la cual formó un pequeño mercado que con el transcurso del tiempo tuvo un alto incremento, fue entonces cuando decidió capacitar personal y abrir un local pequeño con el nombre de POLARIZADOS CALICHE como persona natural. Luego alquiló un local más grande y complementó el servicio de polarizados y decoración con la venta de accesorios y lujos para automóviles.

El 10 de Octubre del año 1.989 se constituyó mediante escritura pública la sociedad denominada POLARIZADOS CALICHE LTDA., nombrados como socios el Señor Carlos Arturo Orozco y el Señor Jaime Alberto Orozco Medina.

La empresa POLARIZADOS CALICHE LTDA. En la actualidad, cuenta con diferentes servicios como son: El servicio de decoración y venta de accesorios y lujos para vehículos y servicio de polarización para casas, automóviles y apartamentos. Se encuentra ubicada en la carrera 44 No. 9-46 de Cali, en un sitio estratégico ya que es una avenida bastante transitada y al alcance de todos los clientes.

2.1 MISION

Satisfacer las necesidades de los clientes prestando el servicio de embellecimiento para sus vehículos, al igual que el enlucimiento de edificios, casas, oficinas y apartamentos, revolucionando así la forma tradicional de decoración de los mismos, obteniendo a su vez un bienestar social y económico para los empleados y socios de la Empresa.

2.2 VISION

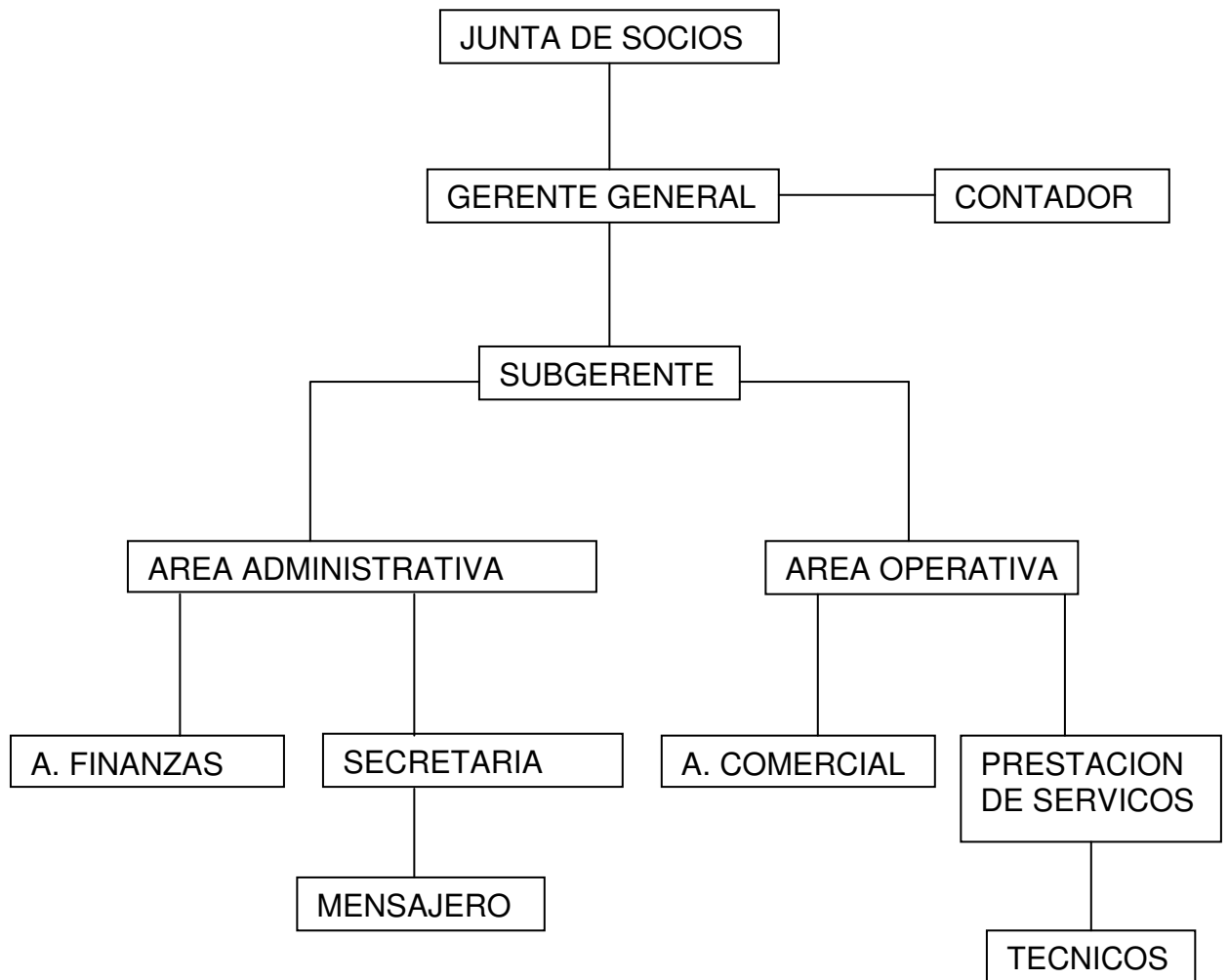
Ser la empresa número uno para el año 2006, en el embellecimiento de vehículos y la decoración de casas, apartamentos y oficinas mediante la creación e innovación de formas de decoración ofreciendo confort, seguridad y privacidad a los clientes tomando como base la tecnología de punta en un plazo de dos años, logrando así incursionar en nuevos mercados.

2.3 OBJETIVOS

- Ser la empresa de polarizados líderes en el mercado.
- Brindar constantemente un bienestar a sus empleados.
- Ofrecer un adecuado servicio al cliente.
- Mantener el nivel de crecimiento presentado hasta ahora por la compañía.
- Satisfacer las necesidades del mercado.

2.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Gráfica 1. Organigrama de POLARIZADOS CALICHE LTDA.



2.5 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Para describir el servicio macro de POLARIZADOS CALICHE se hizo necesario identificar las tres líneas de servicios: polarizado de vehículos, instalación de equipos electrónicos en vehículos y decoración de casas, apartamentos y oficinas.

2.5.1 Polarizados de vehículos. Este trabajo consiste en medir la superficie que va a ser polarizada con base en esta medida se corta la película polarizante, mientras tanto se limpian los vidrios respectivos para así posteriormente pegar el papel. Para terminar se lleva a cabo la espatulación (consiste en frotar el papel para quitar cualquier imperfecto ó evitar el aire dentro del mismo) con la cual se perfecciona y se da el acabado final.

2.5.2 Instalación de equipos electrónicos en vehículos. Consiste en brindarle accesorio al cliente sobre el equipo de sonido y aire acondicionado adecuado para el vehículo y el que mejor se acomode a su presupuesto, contando con la aprobación por parte del cliente después de lo cual se procede a realizar la instalación del equipo respectivo.

2.5.3 Decoración de apartamentos. Para la prestación de este servicio, se envía a un técnico, por solicitud del cliente, el cual se encargará de tomar las medidas del área a decorar, estas medidas son llevadas a la empresa para saber la cantidad de insumos requeridos para la prestación del servicio. La empresa se encarga de realizar la cotización y presentarla al cliente, si es aceptada por el cliente se procede a ejecutar el servicio.

2.5.4 Competencia. La competencia más fuerte que tiene la empresa POLARIZADOS CALICHE LTDA., en este momento es la empresa POLARIZADOS TORO, aunque existen otras empresas como POLARIZADOS DECORPALACE, POLARIZADOS JIMMY, POLARIZADOS, POLARIZADOS UNO-A, ALTA CALIDAD, POLARIZADOS POWER SOUND, SHOP LINE, POWER SOUND, MUSIC SOUND Y AUTOS LUJOS H.R. entre otros, los cuales no tienen mucha participación y reconocimiento en el mercado, ofrecen precios más bajos y el producto que ofrecen lo compran a la empresa POLARIZADOS CALICHE LTDA.

Existen otras empresas que ofrecen productos sustitutos en lo relacionado a la decoración de casas, oficinas y apartamentos como son las cortinas y persianas que permiten protegerse del sol y cumplir las mismas funciones del polarizado, haciendo más riguroso el reto de la competencia y ofreciendo innovaciones y valor agregado que permita dejar sin opción a los productos sustitutos y lograr el éxito rotundo del negocio de POLARIZADOS CALICHE LTDA. En este mercado.

2.5.5 Proveedores. Los proveedores con los cuales cuenta POLARIZADOS CALICHE LTDA., son aquellos que le han ofrecido mejores precios y una excelente calidad, proporcionándoles un plazo considerable para sus pagos siendo esto muy conveniente para la empresa.

Los proveedores de la gama de lujos y accesorios eléctricos son:

- Bodega automotriz
- Juglar Medellín
- Bunker
- Tunder
- Lince Comercial
- Multilujos Bogotá
- Rines y repuestos
- Distribuidora Surtipartes
- Ferretería MAC.

3. MATRIZ DOFA

Tabla 1. Matriz DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	FORTALEZAS	AMENAZAS
No cuentan con información contable fiable	Posibilidades de acceder a nuevos nichos de mercado que no estén cautivos.	Innovación de nuevos productos	Aumento de la competencia
Manejo familiar en la compañía	Realizar importación directa	Garantía del servicio a 5años	Situación económica del País
No existen manuales de procesos y funciones	Llegar a fondos de empleados	Buen control de Calidad	Inseguridad Actual
No se da control de gestión	Alta demanda	Papel polarizante de calidad	Devaluación del peso frente al dólar
No poseen una estructura corporativa definida.	Inseguridad	Personal calificado	Políticas que designe el gobierno en materia de orden público.
No existe plan de mercadeo que permita a la empresa tener un mejor posicionamiento en el mercado.			Impuestos
Iliquidez			Restricción de créditos
Los inventarios no se encuentran actualizados.			
Baja calidad del papel taiwanés	Relaciones internacionales	Obtener una distribución exclusiva	

3.1 ESTRATEGIAS

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	FA	DA
AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener relaciones de largo plazo con sus clientes (empresas del mismo gremio), lo que permita cumplir con la cuota de venta exigida por el proveedor (Sun Gard), para continuar con la distribución exclusiva. - Capacitar a sus empleados con nuevas técnicas para el polarizado que permitan además de ofrecer un papel de mayor calidad garantizar resultados óptimos, que minimicen la vulnerabilidad ante la introducción de un producto similar por parte de la competencia. -Regularmente analizar los precios del sector y subsector, para manejar un precio competitivo -incrementar la publicidad enfocada al segmento de mercado domiciliario, en caso de que el gobierno prohíba el polarizado para vehículos que en el momento es permitido por la ley. 	<ul style="list-style-type: none"> -Debido al alto costo que demanda la importación aérea, la empresa deberá proyectar el costo y tiempo de otros medios como el marítimo y almacenar la mercancía en sus instalaciones y no en bodegas del puerto o zonas francas para minimizar costos.
	FO	DO
	-Participar en ferias o eventos nacionales e internacionales, que	- Abrir sucursales en otras ciudades del país con el fin de dar a conocer la

<p>OPORTUNIDADES</p>	<p>permitan obtener reconocimiento por el servicio y la calidad de sus productos.</p> <p>-Designar un rubro para que la compañía invierta en publicidad, que le permita posicionar su nuevo producto.</p>	<p>calidad de su servicio y contactar nuevas empresas del gremio que ayuden a aumentar las ventas del nuevo papel.</p> <p>-implementar un software que maneje los inventarios y permita establecer que productos son de mayor rotación y preveer el pedido de papel con anticipación.</p>
-----------------------------	---	---

4. ANTECEDENTES DEL POLARIZADO

El polarizado es muy utilizado en aparadores, vitrinas, techos, domos, barandales y puertas de cristal, asimismo el uso es generalizado donde existe riesgo de terremotos, huracanes, explosiones o vandalismo.

El polarizado es una película de poliéster de una o varias capas con un adhesivo extra fuerte que da mayor resistencia a los cristales y en caso de rotura mantienen los fragmentos de vidrio unidos disminuyendo el riesgo de algún accidente.

El polarizado puede ser incoloro o de color reflectivo o no reflectivo para dar propiedades también de control solar.

El uso del polarizado en automóviles se generó especialmente en áreas de alta incidencia de robos. Puesto que este producto dificulta el rompimiento de los cristales y el robo de valores dentro del mismo; asimismo ayuda en caso de accidentes a mantener los fragmentos de cristal juntos y evitar daños a los ocupantes.

5. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO ACTUAL

5.1 PRODUCTO

El nuevo producto que se desea comercializar son las Películas para polarizar.

5.2 EVALUACIÓN DEL PRODUCTO ACTUAL Y SUS DEBILIDADES

El producto se denomina Papel taiwanés (FILM SUN), había estado presentando una buena aceptación por parte de los clientes, hasta el año 2004 donde la competencia polarizados toro comenzó a importar una nueva marca de papel SUN BLOCK; Razón por la cual comenzaron a disminuir las ventas de la empresa. La calidad de FILM SUN es relativamente buena con algunas pocas quejas recibidas, a pesar de esto este papel tiene un ciclo de vida muy corto, los tres primeros años no presenta ningún daño ni incomodidad, pero pasado este tiempo el papel comienza a descolorarse y se despega con facilidad, por esta razón son las quejas recibidas aún después de varios años de buen funcionamiento, los clientes en su mayoría no se quejan en contra de la empresa Caliche sino que se molestan o quedan inconformes después de un tiempo pasado y esto ha evitado en cierto modo que nuestra empresa pierda propaganda, esta debilidad fue aprovechada por polarizados toro para ganar participación.

La mala calidad del papel no permite enfrentar adecuadamente las oportunidades del mercado que gracias a la constante entrada de automóviles nuevos a Colombia representa todo el mercado real.

Según las estadísticas de la revista motor algunas marcas de carros como chevrolet tienen importaciones mensuales por mas de 400 carros y cada uno de estos es un cliente potencial del polarizado, en la ciudad de Cali existen mas de 100.000 automóviles de uso diario lo que puede presentar un flujo diario de clientes por 20 al día en promedio para un total de 2500 días para abarcar solo la mitad del mercado actualmente existente.

Es importante encontrar un producto de excelente calidad para capitalizar esta oportunidad.

5.3 EVALUACIÓN DE OFERTA DE PRODUCTOS

En el mercado internacional existen 20 marcas de las cuales 3 se distribuyen en Colombia y fueron evaluados en un formato de prueba calificativo que permitiera tomar una decisión acertada al seleccionar el nuevo producto.

A continuación se mostrara una comparación entre las marcas, las que se usan actualmente, y las dos marcas posibles para evaluar.

Se llego a esta calificación realizando una prueba piloto durante 3 meses; instalando la película polarizadora en autos , casas, apartamentos y oficinas con un total de 980 clientes los cuales hasta la fecha dan excelentes referencias del producto.

Las características a evaluar son:

5.3.1 Antirayable (C1). Una vez los vidrios están forrados, estos como es normal deben ser limpiados con frecuencia, para esto se utilizan diferentes objetos muy comunes tales como un simple pañuelo o trapo, en el momento en que se limpia se puede notar la diferencia de calidad de una película a otra ya que muchas veces las de menor calidad se rayan y esto no es nada recomendable para la propaganda de una empresa de polarizados.

5.3.2 Que no distorsione (C2). Tanto para un automóvil como para una oficina o edificio es muy importante que la imagen a través del vidrio no se desfigure o deforme, sino que se continúe viendo exactamente igual en tamaño distancia y nitidez el objeto observado.

5.3.3 Buena gama de colores (C3): La gama de colores que se pueda ofrecer brinda una gran ventaja competitiva, ya que todas las personas tienen gustos diferentes, además a la gente le gusta ser novedosa no quedar como uno mas, para esto existen diferentes variedades de colores cada uno de ellos con los

mismos porcentajes de medidas. Los porcentajes de medida es la capacidad de una película para dejar pasar a través de ella toda la intensidad de la luz real, un vidrio totalmente transparente tiene un 100% ya que a través de el puede pasar toda la luz de un lado a otro, las películas vienen con los siguientes porcentajes (desde el mas claro al mas oscuro): 70%, 50%, 36%, 20%, 5%. Existen diferentes colores cada uno de ellos con estos porcentajes anteriormente dichos: Grafito, champaña, verde, charcoal, gris, titanio, espejo.

5.3.4 Línea de productos (C4). La línea de productos para los polarizados se basan en este momento en dos, películas normales y películas de seguridad, la diferencia entre estas dos es la capacidad de resistencia ante una fuerza externa (golpe, vibración, radiación, etc.), de esta manera la película de seguridad a diferencia de la normal permite que en el momento que el vidrio es totalmente quebrado cada fragmento quede adherido a la capa de polarizado y de esta manera evitar mas posibles accidentes por causa de las esquirlas. Para esto la película de seguridad es mas gruesa y por ende mas costosa.

5.3.5 Que no sea toxico (C5). Entre los componentes utilizados a veces se encuentra el plomo y este es muy toxico, por esto entre menos incidencia haya de este en la película menos toxica será.

5.3.6 Que no se decolore (C6). Esta característica solo se puede ver a medida que pasa el tiempo, es muy importante porque gran parte de la calidad se puede

ver aquí aunque generalmente solo pueda generar una mala imagen de la marca ya que si una película mantiene a medida que pasen los años su color tal cual como estaba originalmente esto no será determinado detalladamente, mas si por otro lado el color se deteriora generaría una pésima imagen de la marca.

5.3.7 La economía (C7). Lo económico de un royo puede ir directamente relacionado con su calidad.

5.3.8 Servicio postventa (C8). algunas empresas productoras obsequian herramientas que facilitan la mano de obra tales como: cuchillas de bisturí, cuchillas de raspar ideales para despolarizar o limpiar superficies. Espátulas.

5.3.9 Servicio al cliente (C9). Garantías de papel defectuoso, capacitación de composición del material adquirido.

5.3.10 Puntualidad de entrega (C10). rapidez con la que el producto es entregado una vez realizada la negociación.

5.3.11 Financiación para pagos (C11). Facilidades de pago que ofrecen las empresas productoras tanto en sus cuotas mínimas como en el crédito otorgado a sus clientes con una escala de 1 a 10 donde 1 es el grado mas bajo y la peor opinión y 10 es lo antagónico:

Tabla 2. Características de Películas de polarizado

CARACTERISTICAS/ MARCAS	Sun block	Film Sun	3M	SUN GARD
C1 Antirrayable	8	7	9	10
C2 Que no distorsione	9	8	9	10
C3 Buena gama de colores	5	4	7	9
C4 Línea de productos	8	7	8	10
C5 Que no sea toxico	7	6	8	10
C6 Que no se decolore	8	4	9	10
C7 La economía	8	5	6	5
C8 Servicio post- venta	8	2	4	8
C9 Servicio al cliente	8	7	6	6
C10 Puntualidad de entrega	7	7	8	9
C11 Financiación para pagos	1	8	6	2
Promedio total	76	65	80	89

FUENTE: Los autores.

El producto seleccionado es: SUN GARD porque fue el mejor evaluado 89 puntos superior a sun block, Se selecciono porque es un papel que posee una capa antirayon mas gruesa que los otros papeles, su película de poliéster por ser de un calibre mas alto evita la distorsión o decoloración del papel sin ser toxico puesto que sus componentes no contienen plomo como los otros papeles de polarizado.

Es mas económico que los otros. Por parte del proveedor existe una buena atención y esto se ve reflejado en la puntualidad de su entrega. El punto débil del nuevo producto es la financiación puesto que para la compra del producto se deben hacer los pagos de contado. pues la empresa tiene solvencia económica para pagar de contado especialmente por ser un papel de buena calidad se hace un esfuerzo financiero.

5.4 EL NUEVO PRODUCTO SELECCIONADO

SUN-GARD

5.5 CARACTERÍSTICAS DEL NUEVO PRODUCTO

- La Película ayuda a mantener el vidrio adherido si se quiebra.
- Incrementa la seguridad durante desastres naturales.
- Crea un ambiente seguro para los ocupantes contra objetos volando y esquirlas.
- Hace que los robos violentos sean mas difíciles.
- Protege edificaciones desocupadas.
- Bloquea una porción del calor solar durante el verano y lo evita durante el invierno.
- Reduce la carga en sistemas HVAC, reduciendo el consumo de energía.
- Entre mas ventanas instale, el ahorro será mayor.
- Diversos ahorros basados en el total de metraje cuadrado de las ventanas instaladas, película seleccionada y condiciones climáticas.
- Ayuda a mantener los colores brillantes en telas, muebles y pisos.
- Elimina la necesidad de caras inversiones en cortinas.
- No compromete la visibilidad.
- Mantiene mas uniforme la temperatura dentro de edificaciones.
- Ayuda a prevenir concentración de calor cerca de las ventanas.
- Trabaja con — no contra — calefacción y/o aire acondicionado.
- Reduce el brillo del sol.
- Las películas de Control Solar permiten a los ocupantes mirar hacia fuera mientras que dificulta a otros a mirar hacia adentro durante el día.
- Da al exterior de una edificación una apariencia uniforme.

5.6 FIDELIDAD DE CLIENTES

Polarizados Caliche como una empresa seria y con ganas de brindar lo mejor a sus clientes ha querido ofrecer el mejor producto que se encuentre en los mercados extranjeros, para buscar un nivel de satisfacción superior de modo que se logre generar confianza en sus clientes y así generen referidos. Para ello se deberán emplear estrategias que pueden ser determinantes cuando se trata de conseguir la fidelidad de los clientes.

En cuanto al precio que se maneja puede ser un poco mayor que el de la competencia pero este justifica la calidad del producto seleccionado (papel polarizado SUN-GARD).

El cual tiene mayor durabilidad por ser elaborado bajo estrictas normas de calidad y el cliente lo puede comprobar observando que es un papel antirrayable una de sus principales características.

El tener un respaldo de una empresa con una alta trayectoria en el mercado norteamericano como lo es SUN-GARD ; crea confianza en los clientes puesto que la credibilidad es un aspecto fundamental en la evaluación de alternativas de compra por parte del consumidor.

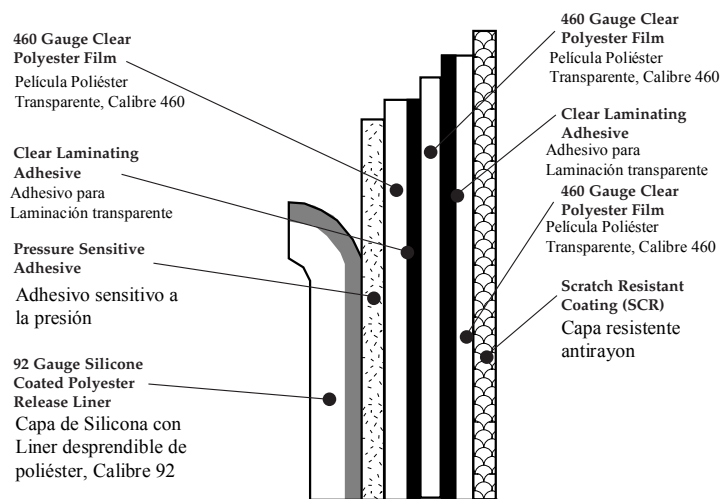
El servicio es clave fundamental de la empresa POLARIZADOS CALICHE lo cual se esmera para crear una buena percepción en los clientes con un servicio calificado, haciendo sentir al mismo como lo mas importante de la organización.

5.7 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Gráfica 2. Componentes del polarizado

Componentes Películas de Seguridad & Protección.

- Los componentes de una típica película de seguridad/protección son:



5.8 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

El ciclo de vida del papel se mide de acuerdo al tiempo que permanece su color inicial y la adherencia a la superficie, con estas características vemos que el papel taiwanes presenta un ciclo de vida de mas o menos 3 años, la película de SUN GARD presenta un ciclo de vida de mínimo 10 años lo cual es una diferencia muy significativa y fue comprobado bajo un riguroso seguimiento técnico por la empresa norteamericana SUN-GARD Film.

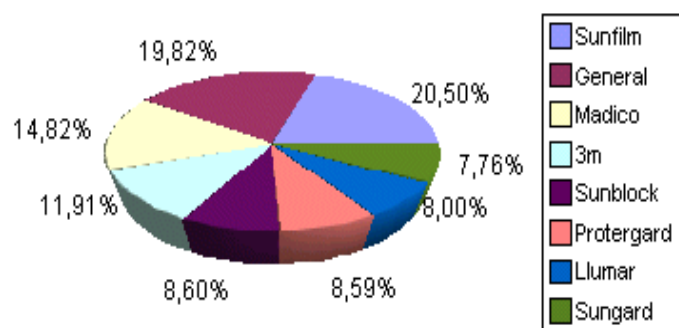
Especializada en filtros de protección solar; esta empresa tiene una alta trayectoria en el mercado y equipos de alta calidad para la fabricación del mismo.

SUN GARD lleva 28 años fabricando películas para vidrios de excelente calidad y una alta experiencia en investigación y desarrollo.

5.9 PARTICIPACIÓN DE MERCADO DEL NUEVO PRODUCTO SUGARD

Gráfica 3. Comparativo de diferentes películas

Marca importadora	Valor (US\$)	%
Sunfilm	31,048	20,50%
General	30,017	19,82%
Madico	22,450	14,82%
3m	18,044	11,91%
Sunblock	13,033	8,60%
Protergard	13,012	8,59%
Llumar	12,120	8,00%
Sungard	11,760	7,76%
Total	151,484	100,00%

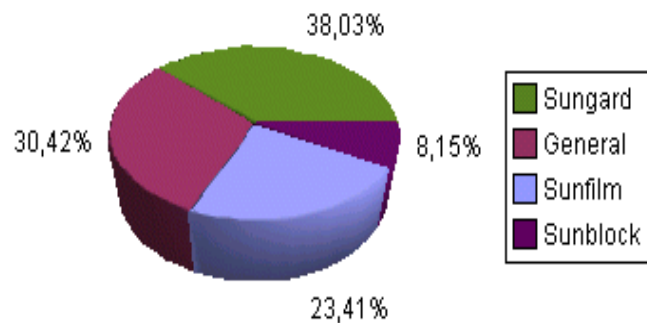


Gráfica 4. Mercado Polarizados en Cali

Mercado polarizados en Cali	Valor (US\$)	%
Sungard	5,022	38,03%
General	4,017	30,42%
Sunfilm	3,092	23,41%
Sunblock	1,076	8,15%
Total	13,207	100,00%

Numero de marcas comercializadas en cali: 4

Valor (US\$) en millones de dolares



5.10 FORTALEZAS DEL POLARIZADO SELECCIONADO

- Forma una berrera invisible que reduce el calor solar y el brillo, mejorando el confort del conductor.

- Reduce la utilización de aire acondicionado mejorando la eficiencia del vehículo y el consumo de combustible.
- Posee excepcional claridad óptica y bajo poder de reflexión, permitiendo una perfecta visión nocturna.
- Pasa las leyes internacionales de transmisión de luz con 73% de luz visible transmitida
- Protege al conductor y en el interior del vehículo de los efectos nocivos del sol (UV).

Manejar directamente bajo el sol puede producir fatiga, irritación de la vista y pérdida de concentración. Esta película reduce el perjudicial brillo del sol y el calor a la vez que permiten tener una visión más clara y cómoda del camino.

La exposición directa al sol puede decolorar y hasta deformar las superficies interiores del vehículo. La película puede filtrar el 99% de los rayos UV dañinos permitiendo el paso de la luz visible. Bloqueando los rayos UV prolongando la vida y belleza del interior del vehículo.

Su fortaleza es la gran calidad de esta película polarizadora que además de poseer un protección de filtro solar protege en caso de accidentes.

La oportunidad es la gran demanda de este producto por parte de las personas, la rapidez con la que se puede distribuir.

5.11 DEBILIDADES Y AMENAZAS DEL POLARIZADO SELECCIONADO

- Una debilidad seria el alto costo en comparación a otras marcas.
- La amenaza serian los carros que ya vienen con los vidrios entintados de fábrica.
- La prohibición por parte del gobierno para el polarizado de automóviles particulares.

5.12 COMERCIALIZACION DE UN NUEVO PRODUCTO PARA EL MERCADO DE LA EMPRESA POLARIZADOS CALICHE LTDA.

Polarizados Caliche es una empresa reconocida en el mercado con una trayectoria de 20 años; el objetivo es obtener la distribución exclusiva de papel polarizado en el sur occidente del país. Para esto se obtuvo un convenio con la fábrica que lo produce la cual esta en Florida.

SUN GARD lleva 28 años fabricando películas para vidrios de excelente calidad, acumula 150 años de experiencia en investigación y desarrollo; es el 3er más grande fabricante de películas para vidrios en el mundo.

5.13 COMPRADORES EFECTIVOS –MARKET SHARE

Por ser la empresa mas antigua, posicionada, y de mayor participación en polarizados las empresas nuevas que ejercen la misma función no están en capacidad de adquirir el nuevo papel, por esto se cuenta con todas esas nuevas empresas como clientes fijos y potenciales ya que se tiene la suficiente capacidad económica para realizar el pedido mínimo que se exige en SUN GARD (mas adelante se hablara de cuanto) Se trabaja no solo para el cliente final sino también para distribuir el papel a un costo menor a otros minoristas.

5.14 CLIENTES DEL NUEVO PRODUCTO

Los clientes de polarizados caliche, son las personas que pertenecen a los estratos 4,5 y 6 de la ciudad de Cali y de las ciudades circunvecinas, quienes deseen polarizar sus vehículos, casas, apartamentos y oficinas, también entran como clientes principales las otras empresas prestadoras del servicio de polarizado que no tienen la capacidad económica para cumplir con las exigencias mínimas por las empresas productoras del papel polarizado.(en este caso SUN-GARD). Exigencias como:

- Gran capacidad económica para adquirir suficientes cantidades del producto.
- Un tope de ventas por parte de POLARIZADOS CALICHE LTDA (mínimo 1.500 rollos anuales).

Los principales clientes actuales del nuevo producto son:

- Colgate Palmolive
- Universidad Icesi
- Universidad del Valle
- Universidad Javeriana
- Bomba Terpel
- Estación Portal de San Fernando
- Club campestre
- Museo Arqueológico
- ESSO
- Seguro Social
- Seguros Bolívar
- Chiclets Adams
- Agrotropi
- Almagrano SA
- Expreso Bolivariano
- Colombo Americano
- Sport Boys Jeans
- Colegio Berchmans
- Viajes Oxígeno
- Pasaporte al mundo
- Club San Fernando

- Clínica Oftalmológica
- Kokorico
- Cali Tours.

5.15 LA EMPRESA DISTRIBUIDORA.

Plan de distribución: Los clientes llegan directamente o nos contactan vía telefónica o e-mail a nuestro punto de venta y solicitan el pedido el cual es enviado, vía terrestre si es dentro de Cali, y en el caso de compradores en otras ciudades utilizamos distribuidores como servientrega o coordinadora.

5.16 EMBALAJE Y EMPAQUE

El producto traído por vía marítima viene en cajas de 1.60m X 15cm de ancho y 15cm de alto en contenedor. Es responsabilidad de la empresa SUN GARD traerlo hasta el puerto de Buenaventura.

5.17 LOGÍSTICA DE LA ADQUISICIÓN DEL NUEVO PRODUCTO.

Para adquirir estos rollos se deben seguir los siguientes pasos, cabe decir que es lo mismo para cualquier empresa fabricante de películas para polarizar:

Paso 1. Por medio de E-mail se pide la cotización del producto (1 día).

Paso 2. Desde la empresa vía fax mandan la cotización y el numero de cuenta para consignar el dinero, para el caso de Colombia se debe cancelar todo por anticipado (1 día).

Paso 3. Una vez se consigna y esto es confirmado, se demora 3 días en llegar el producto .

Paso 4. Los trámites de legalización de la mercancía son diligenciados por la SIA encargada la cual estipula los precios por kilo (mas adelante se detallan estos precios) (7 días hábiles).

Paso 5. El producto es entregado al el comprador “polarizados caliche” y queda a su completa disposición.

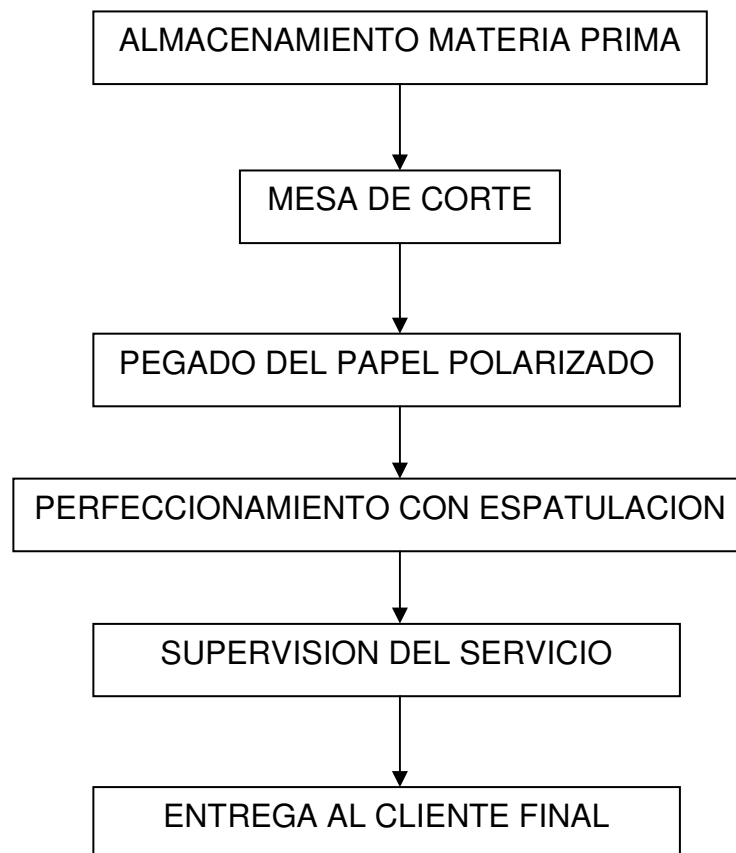
Por lo anterior si no se presentan inconvenientes extras el tiempo que tarda la mercancía en llegar a “ Polarizados Caliche” desde el momento en que se manda el primer E-mail son 13 días hábiles.

5.18 GESTION DE EXISTENCIAS

Como política y obligación por ser distribuidores de SUN GARD debemos mantener un inventario mínimo de cinco rollos de cada color en bodega, así no habrá problemas cuando un cliente solicite algún color específicos y de pronto este no este, lo cual podría generar inconformidades y espacios vacíos que otra marca aunque sea de menor calidad podría ocupar y satisfacer al cliente.

5.19 DIAGRAMA DEL SERVICIO DE POLARIZADO DEL NUEVO PRODUCTO.

Gráfica 5. Diagrama del servicio de polarizado del nuevo producto.



5.20 CONTROL DE CALIDAD

En lo que respecta al control de calidad del servicio, solamente se tienen como parámetros de evaluación los comentarios de los clientes los cuales se hacen de manera espontánea, es decir, no se le hace un seguimiento al tiempo utilizado en la atención al cliente, prestación del servicio, y la calidad del mismo.

Se propone para esto revisar constantemente el trabajo de los empleados mientras se presta el servicio; se debe manejar una base de datos para hacer llamadas periódicas a los clientes para preguntarles como les va con el producto y recordarles que ante cualquier anomalía ellos tienen una garantía respaldada por la empresa.

Este servicio posventa vía telefónica permite ofrecer descuentos en fechas especiales como un cumpleaños por ejemplo; y así hacer que el cliente se sienta importante y siga prefiriendo el servicio de Polarizados Caliche.

5.21 INVENTARIOS

En la actualidad los inventarios no están actualizados desde el punto de vista de cantidad y precio.

Además se pudo observar que no existe una persona directamente responsable del manejo y control de los inventarios; solamente se basan en la buena fe de sus empleados.

Se propone implementar un programa contable (software) que permita llevar al día de manera organizada los inventarios.

5.22 DIVISIÓN DE MERCADEO

Esta división también se encuentra bajo el mando de la Señora Clara Inés Orozco, quien ha buscado darle una estructura que permita desarrollar la actividad de la compañía de una mejor manera. Esta estructura contiene lo siguiente:

5.22.1 Metas. Desde el área de mercadeo se han definido unas metas específicas a cumplir, entre las cuales están, la apertura de sucursales en diferentes ciudades del país para así ampliar el mercado de la decoración de automóviles, apartamentos, casas y oficinas; obteniendo con ello un reconocimiento, como la empresa POLARIZADOS CALICHE como la numero uno en el mercado; profundizar en el mercado de las empresas como concesionarios, constructoras e inmobiliarias, las cuales son un mercado excelente para abarcar. La expansión del mercado a nivel macro es una buena oportunidad para que polarizados caliche se de a conocer internacionalmente por ejemplo en los

estados unidos ,donde fabrican la materia prima pero no poseen una mano de obra capacitada para prestar el servicio del polarizado.

6. ANALISIS DE COSTO

6.1 ANÁLISIS DE MATERIA PRIMA POR SERVICIO

Los cuadros que se presentan a continuación permiten conocer los costos de materia prima en los cuales incurre en la prestación del servicio de polarizado tanto para automóviles como para camperos y camionetas.

6.2 ANALISIS DE COSTOS INDIRECTOS PARA EL POLARIZADO DE AUTOMOVIL

Tabla 3. Costos indirectos para polarizado de automóvil

ARTICULO	UNIDAD	VALOR UNITARIO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO TOTAL POR SERVICIO
Papel Polarizante	Metro lineal	\$ 9.500	3	\$28.500
Shampoo	Mililitro	\$ 1.4	250	\$ 350
Cuchillas de raspar	Unidad	\$ 70	1	\$ 70
Cuchillas de bisturí	Unidad	\$150	1	\$ 150
				\$ 29.070

6.3 MANO DE OBRA

A continuación se presenta la información del costo total por mano de obra de los técnicos de planta, en la prestación de los servicios con los cuales cuenta la empresa.

Tabla 4. Cuadro valor hora por trabajador planta

SERVICIOS	VALOR NOMINA MENSUAL	HORAS TRABAJADAS MENSUALES	VALOR HORAS TRABAJADAS
Técnico polarizador	\$ 420.052	192	\$2.188
Técnico instalador	\$ 508.150	192	\$ 2.646
			\$4.834

Tabla 5. Subtotal de costo por servicio del nuevo producto

SERVICIO	MATERIA PRIMA	MANO DE OBRA	SUBTOTAL DE COSTO	PRECIO DE VENTA	MARGEN DE CONTRIBUCION (%)
POLARIZADO					
Automóvil	\$ 29.070	\$ 6.564	\$ 35.634	\$ 90.000	60,4
Camperos	\$ 33.820	\$ 7.658	\$ 41.478	\$	58,5
Camioneta	\$ 19.570	\$ 2.188	\$ 21.758	100.000	63,7
				\$ 60.000	
POLARIZADO APARTAMENTO POR m ²	\$10.070	\$ 2.250	\$ 12.320	\$ 15.000	17,9

Al momento de hacer una evaluación de los gastos de administración de los últimos meses se encontró que no existe congruencia entre la información suministrada, los soportes y el informe. Por lo anterior no se pudo identificar correctamente los CIF.

El cuadro de costo total por servicio, que incluye la materia prima y la mano de obra muestra los márgenes de contribución expresados en porcentajes utilizados para cubrir los costos indirectos de fabricación, gastos e impuestos.

EXPLICACIÓN Tabla 5 SUBTOTAL DE COSTO POR SERVICIO

El valor de la mano de obra para el polarizado de automóviles en general fue de \$2.188, valor que se multiplicó por el número de horas que tardan en el polarizado de cada auto. Ejemplo:

Automóviles: 3 horas x \$2.188 = \$ 6.564

Camperos: 3 1/2 horas x \$2.188 = \$ 7.568

Camionetas: 1 hora x \$2.188 = \$ 2.188

El valor de la Mano de Obra del instalador de equipos y accesorios en general, se multiplica por el tiempo que tarda en la prestación del servicio, es decir por 2 horas.

Nota:

A los técnicos externos como son, el instalador de aire acondicionado y el polarizador de apartamentos se les paga una comisión del 50% y del 15% respectivamente sobre el valor de la instalación, quedando así:

- Técnico instalador de aire acondicionado:

- Instalación: \$ 150.000

Tarros de gas: \$ 15.000 este valor se descuenta de la instalación

- Subtotal del servicio: \$ 135.000 sobre este valor se le paga una comisión del 50%, lo cual equivale a \$ 67.500 pesos.

- Técnico polarizador de apartamentos:

La liquidación de la comisión del técnico polarizador de apartamentos se realiza de la siguiente forma:

- Materia prima: \$10.070 m²

- Instalación: \$15.000 m²

- Mano de obra: $\$15.000 \times 15\% = \2.250 (el 15% es la comisión que se le paga al técnico polarizador de apartamentos)

Tabla 6. Cuadro comparativo entre el subtotal de costo y el precio de venta

SERVICIO	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN %	PRECIO DE VENTA	MARGEN DE CONTRIBUCION (\$)	MARGEN DE CONTRIBUCION MENSUAL
POLARIZADO				
Automóvil	60,4	\$ 90.000	\$ 54.360	\$ 4'022.640
Camperos	58,5	\$ 100.000	\$ 58.500	\$ 1'579.500
Camioneta	63,7	\$ 60.000	\$ 38.220	\$ 879.060
polarizado apartamento por m ²	17,9	\$ 15.000	\$ 2.685	\$ 5.370

En este cuadro se puede observar claramente que para la empresa POLARIZADOS CALICHE LTDA. El servicio de polarizado de autos en general es el más representativo ya que genera la mayor rentabilidad.

Película normal:

Rollo de película normal: 180 US\$

Flete: 57us

De este modo la mercancía llega a Colombia, luego el costo de nacionalización es de 9.000 pesos por kilo.

Peso de rollo película normal: 30 kilos

Costo da nacionalización: 270.000 pesos x rollo

Estos rollos se compran y se venden por metro cuadrados, la medidas de estos rollos son 1.80 m. de ancho x 60 m. de largo, lo que nos da una cantidad de 108 m².

El m² se vende a \$20.000 sin la instalación (MOD) y a 16.000 a otros distribuidores que son clientes también. Ilustrando la utilidad vendiendo solo a distribuidores seria: $108 * 16.000 = 1'728.000$.

A clientes particulares:

$$108 * 20.000 = 2'160.000.$$

Por un lado la utilidad por rollo es de \$891.000 y por el lado de clientes particulares es de \$1'323.000.

Película de seguridad.

La misma formula con las siguientes variaciones:

Rollo de película normal: 360 US\$

Flete: 65 US\$

De este modo la mercancía llega a Colombia, luego el costo de nacionalización es d \$9000 por kilo.

Peso de rollo película normal: 60 kilos.

Costo de nacionalización: \$540000 x rollo

Trasporte hasta el local sede sur: 10000 x rollo

TRM: 2350

Costo total: \$836.950 x rollo.

Competencia. Empresa polarizados TORO, debido que es la única que aparte de comprar a POLARIZADOS CALICHE tiene algunos distribuidores propios.

Políticas de precios. Se realiza un sondeo de los precios ofrecidos por la competencia y a partir de estos, fijan sus propios precios. Para la empresa es de vital importancia que el precio sea justo, al alcance de sus clientes, cubra los costos del servicios prestado y genere un margen de utilidad.

7. MARGEN DE RENTABILIDAD DEL NUEVO PRODUCTO SUN-GARD

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Obtener un crecimiento en las ventas del 10% , mejorando la calidad de los trabajos utilizando el nuevo producto (el papel polarizado SUN-GARD)
- Ofreciendo una alta calidad (high performance and quality).

Tabla 7. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS
Junio 01 a Noviembre 30 de 2004

En Miles

CONCEPTO	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Total
Ventas de Mcias	12.050	12.480	11.810	11.601	11.935	11.947	71.823
Prest de servicios	466	216	910	988	864	981	4.425
Devol y Dctos	(79)	(80)			(15)	(41)	(215)
Total Ingresos	12.437	12.616	12.720	12.589	12.784	12.887	76.033
Costo de Ventas	5.110	5.455	5.440	5.210	5.201	5.048	31.464
Utilidad bruta en Ventas	7.327	7.161	7.280	7.379	7.583	7.839	44.569
Gastos de Administracion	4.050	3.980	4.170	4.016	4.711	4.641	25.568
Gastos de Ventas	1.240	1.463	1.458	1.711	1.750	1.918	9.540
Gastos Financieros	293	270	326	373	385	384	2.031
Total Egresos	5.583	5.713	5.954	6.100	6.846	6.943	37.139
UTILIDAD EJERCICIO	1.744	1.448	1.326	1.279	737	896	7.430

POLARIZADOS CALICHE LTDA**NIT 800.094.639-0****ESTADO DE RESULTADOS**
Junio 01 a Noviembre 30 de 2005

CONCEPTO	En miles						Total
	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	
Ventas de Mcias	11.608	12.203	12.520	12.750	13.615	14.386	77.082
Prest de servicios	1.440	1.560	1.610	1.589	1.733	1.998	9.930
Devol y Dctos	-	-	-	-	-	-	-
Total Ingresos	13.048	13.763	14.130	14.339	15.348	16.384	87.012
Costo de Ventas	4.089	4.230	4.290	4.302	4.201	4.198	25.310
Utilidad bruta en Ventas	8.959	9.533	9.840	10.037	11.147	12.186	61.702
Gastos de Administracion	4.998	4.910	5.092	5.390	5.868	5.552	31.810
Gastos de Ventas	1.778	1.843	1.685	1.637	1.631	1.466	10.040
Gastos Financieros	172	160	198	201	246	233	1.210
Total Egresos	6.948	6.913	6.975	7.228	7.745	7.251	43.060
UTILIDAD EJERCICIO	2.011	2.620	2.865	2.809	3.402	4.935	18.642

ANÁLISIS DE CUADROS

En el cuadro de análisis comparativo entre el periodo junio- noviembre del 2004 donde las ventas fueron de \$76.033.000 y las utilidades de \$44.569.000, se observa que en el mismo periodo del 2005 las ventas ascendieron a \$ 87.012.000 con un crecimiento del 14% y las utilidades se elevaron a \$ 61.702.000 con un crecimiento del 38%.

El margen de rentabilidad que obtuvo la empresa Polarizados Caliche, gracias a la introducción del nuevo papel Sun Gard, demuestra que el producto ha tenido buena aceptación en el mercado y cuenta con un gran potencial de venta.

8. PROPUESTA DE VENTA

8.1 PERSPECTIVA DE CLIENTES

Identificar los clientes potenciales desde la fuente misma de adquisición de autos.

Ejemplo: venta de automóviles, cerca de bancos que ofrezcan créditos para vehículos.

Unificar la información de los clientes dispersa en correos electrónicos, base de datos y documentos.

8.2 MATERIALES DE MARKETING

- Imprenta: revistas especializadas.
- Medio audiovisual: radio, canales regionales.

8.3 PLAN DE MARKETING

8.3.1 Tipo de estrategias que se implementaran.

8.3.1.1 Estrategia de bajo costo. conseguir bajar costos no solo en el producto sino en la empresa en general con implementación políticas de ahorro de material.

8.3.1.2 Experiencia única para el consumidor. Que el consumidor sienta que esta no solo adquiriendo un bien sino que se le esta vendiendo un estilo de vida.

8.3.1.3 Ofrecer calidad máxima en el producto. Asociar la marca con la imagen de calidad, siendo una estrategia a largo plazo.

8.3.1.4 Centrarse en nichos de mercado. Especializarse en la venta de polarizados a clientes específicos dejando los otros clientes como clientes potenciales y que los productos de marketing hagan su trabajo.

8.3.2 Manual de procedimiento para una venta.

- Abordar al cliente
- Satisfacer la necesidad dependiendo de sus requerimientos.
- Ofrecer el servicio de polarizado permitido o película de seguridad.
- Persuadir al cliente mediante la garantía y precio del servicio.
- Ejecución del trabajo de alta calidad.
- Recomendaciones y aceptación del punto de vista del cliente sobre el trabajo realizado.

8.3.3 Distribución de marketing de la siguiente manera.

- Impreso en revistas especializadas y periódico: \$500.000
- Cuña radial en radio planeta: \$300.000

- Comercial en chiva deportes: \$600.000 Valor total: \$1´400.000

8.3.4 Conocimiento del producto

- Precio del rollo para distribución: \$16.000 metro cuadrado
- Rollo completo (60 mt): \$960.000
- Valor instalación en carro ordinario: \$140.000
- Valor instalación en campero: \$170.000
- Valor instalación en casa: \$22.000 metro cuadrado.

Gráfica 6. Logos de Polarizados Caliche

El servicio de Polarizados Caliche es el más completo y profesional en el mercado. Ofrecemos un servicio integral que cubre todas las necesidades de nuestros clientes, desde la instalación de películas de seguridad hasta la instalación de equipos de sonido y aire acondicionado. Nuestro equipo de técnicos altamente capacitados y con experiencia en el sector, garantiza un trabajo de alta calidad y a precios muy competitivos.

En esta oportunidad les presentamos el nuevo servicio de Polarizados Caliche, que ofrece a nuestros clientes un servicio integral que cubre todas las necesidades de nuestros clientes, desde la instalación de películas de seguridad hasta la instalación de equipos de sonido y aire acondicionado. Nuestro equipo de técnicos altamente capacitados y con experiencia en el sector, garantiza un trabajo de alta calidad y a precios muy competitivos.

POLARIZADOS Y LUJOS CALICHE

POLARIZACIÓN DE VIDRIOS PARA VEHICULOS, APARTAMENTOS Y OFICINAS.
PELÍCULAS DE SEGURIDAD ANTIESQUÍLAS, ALARMAS, EQUIPOS DE SONIDO, AIRE ACONDICIONADO

SUN-GARD

SUR: Cra. 44 # 9-46 Tel: 551 0150 - 552 0309 - 552 0390 NORTE: Av. de las Américas # 19N-08 Tel: 652 0353 - 652 0349
CALI - COLOMBIA polaylujos@telesat.com.co www.polarcaliche.com

POLARIZADOS CALICHE
LTDA.
MAS QUE UN LUJO
SERVICIO A DOMICILIO

- Polarización de vidrios para vehículos, de control solar, apartamentos y oficinas.
- Venta e instalación de equipos de sonido para carros.
- Películas de seguridad anti esquílas.
- Variedad de lujos, accesorios, interiores, avata y decoración en general.
- Montaje y servicio de aire acondicionado para todo vehículo.
- Acrílicos y stop transparentes.
- Diseño de toda clase de empujes para el sonido de su vehículo.

Cra. 44 No. 9-46
Tels. 553 75 64 - 553 46 90 - 552 03 89/90
Teletax: 551 01 50 - Cels. 310-374 01 62 - 315-553 63 85
CALI - VALLE
E-mail: www.telesat.com.co/polarcaliche

Club Selecta
suscriptores

Con el **2** se gana!

RESTAURANTE LOS GIRASOLES y LAS DOS PARRILLAS
Av. 6 Norte Calle 35 Esquina Cali
UN VIAJE CON TODO INCLUIDO
A SAN ANGELES PARA 2 PERSONAS.

POLARIZADOS CALICHE
Cra. 44 No. 9-16 Cali
AVISO PUBLICITARIO 1/A PAGINA
PUBLICIDAD EN EL DIARIO EL PAIS.

Ellos son los establecimientos afiliados al Club Selecta, ganadores del cuarto sorteo "Con el 2 de Gana" por entregar los voucher o registros de planilla tramitados correctamente y a tiempo en el mes de Agosto de 2005.

¡Felicitaciones!
Línea Selecta: 885 5585
www.clubselecta.com.co

El Pais
El Diario de nuestra gente

POLARIZADOS CALICHE

POLARIZADOS Y LUJOS CALICHE

POLARIZACIÓN DE VIDRIOS PARA VEHICULOS, APARTAMENTOS Y OFICINAS.
PELÍCULAS DE SEGURIDAD ANTIESQUÍLAS, ALARMAS, EQUIPOS DE SONIDO, AIRE ACONDICIONADO

SUN-GARD

SUR: Cra. 44 # 9-46 Tel: 551 0150 - 552 0309 - 552 0390 NORTE: Av. de las Américas # 19N-08 Tel: 652 0353 - 652 0349
CALI - COLOMBIA polaylujos@telesat.com.co www.polarcaliche.com

9. RELACIONES INTERNACIONALES

La economía global esta creciendo a un ritmo acelerado y cada vez más Comerciantes y fabricantes del mundo se han visto en la obligación de Expandirse hacia nuevos mercados.

Es por ello que empresas como SUN GARD, una compañía Norte americana, Se encuentra seleccionando intermediarios internacionales reconocidos, y con una alta trayectoria en el mercado, que le permitan a través de su distribución Competir en mercados ajenos al país de origen y con ello brindarle a la Compañía mayores posibilidades de crecimiento y posicionamiento de su papel polarizado en el exterior.

En Colombia por ejemplo SUN GARD cuenta con un representante en la región sur occidental del país, "POLARIZADOS CALICHE", quien se encarga de distribuir a diferentes almacenes que utilizan el papel como materia prima para el embellecimiento arquitectónico.

Esta alianza esta sustentada en una serie de cláusulas que comprometen a ambas partes, pero en el caso del distribuidor, este debe cumplir con una cuota anual de 1.500 rollos como mínimo, y mantener la lealtad de marca de su proveedor en el momento de ofrecer a sus clientes un papel polarizado.

Esta negociación le permite no solo al proveedor dar a conocer su marca, sino que le permite al distribuidor manejar un mercado monopolizado que le da la libertad de asignar precios de venta y manejar los márgenes de rentabilidad de una forma más eficiente. Gracias a ello Polarizados caliche posee una ventaja competitiva en términos de high performance, brindando con ello mayores garantías a sus clientes en cuanto a la durabilidad.

Sin embargo la adquisición de este papel polarizado ha llevado a la empresa ha implementar nuevas estrategias de venta, nuevos indicadores de gestión que permitan disminuir el margen de error y mantener un control continuo de los procesos, que generen confianza en los clientes hacia la empresa POLARIZADOS CALICHE y la marca Sun Gard.

En cuanto a los aspectos mas relevantes que se tienen en cuenta para la comercialización del papel polarizado se encuentran:

- Resolución de problemas y mejoramiento de la calidad de los procesos:

Para resolver los problemas de mejoramiento de la calidad Sun Gard, realiza pruebas de resistencia, filtración solar y moldeabilidad, para lograr un producto terminado que cumpla con las exigencias y expectativas del target.

Para las técnicas y herramientas el personal de Polarizados Caliche recibe capacitación por medio de un correo directo que contiene folletos ilustrativos donde explican desde la composición del papel hasta los procedimientos necesarios para lograr una adherencia y un terminado óptimos.

Administrar y dirigir: Los directivos de Polarizados Caliche deben ser conscientes de que ante el cambio, pueden surgir reacciones negativas por parte de sus trabajadores y es importante estar preparados para manejar conflictos, para ello es necesario que se continúe motivando al personal para que se interese en aprender nuevas técnicas e impulsarlos a ser proactivos en la solución de problemas, y generación e intercambio de nuevas ideas.

Ventas: Polarizados Caliche, no solo utiliza el papel polarizado Sun Gard como materia prima sino que se encarga de comercializarlo a otros almacenes, que buscan tener un papel resistente y de buena calidad. Para la negociación el cliente consigna inicialmente el valor del papel y luego se le despacha por un agencia de correo.

Adicionalmente Polarizados Caliche utiliza diferentes medios publicitarios como la radio, la televisión regional, revistas especializadas, periódico, y eventos deportivos, para dar a conocer a su mercado meta las características del papel Sun Gard, y los beneficios que pueden obtener de él.

Estos aspectos permiten a la empresa obtener un reconocimiento en el mercado logrando así relaciones extraordinarias con los clientes, brindando mejores garantías y así aumentar la lealtad de sus clientes.

10. CONCLUSIONES

POLARIZADOS CALICHE LTDA., es una empresa que cuenta con una línea de servicios y productos de muy buena calidad, activo importante de la empresa que la ha llevado al reconocimiento y preferencia por parte de sus clientes.

POLARIZADOS CALICHE LTDA., gracias al servicio postventa que ofrece a sus clientes ha logrado aumentar el nivel de demanda, satisfacción y lealtad.

El nuevo papel Sun Gard, es un gran potencial de venta, ya que proporciona márgenes de rentabilidad mayores al de otros papeles que también son comercializados por la empresa.

La distribución exclusiva del papel Sun Gard que tiene POLARIZADOS CALICHE LTDA, le da a la empresa una ventaja competitiva, en términos de exclusividad, asignación de precio de venta, variedad para sus clientes, por lo cual es necesario una relación de largo plazo que garantice la estabilidad y rentabilidad que se obtiene con esta negociación.

La adquisición del nuevo papel le permite a la empresa ofrecer mayores garantías a sus clientes, ya que es más resistente, más fácil de instalar y de mejor calidad,

lo que a su vez contribuye en el mejoramiento del servicio y de la imagen corporativa.

Para aumentar la demanda del nuevo papel, la empresa debería ampliar la intensidad publicitaria, de modo que se logre informar al mercado de la existencia de un papel que ofrece mayores beneficios con respecto al de la competencia.

Las características diferenciadoras del nuevo papel Sun Gard, han permitido que los estándares de calidad del servicio se mejoren en beneficio del cliente

11. RECOMENDACIONES

Controlar los inventarios, con el fin de conocer la rotación que presenta el papel, lo que permite hacer pedidos con anticipación y mantener un stock suficiente para la demanda promedio del producto.

Debido a la apertura económica por la cual esta atravesando el país y los nuevos acuerdos comerciales que están por llegar como el TLC, Polarizados caliche aunque cuenta con un producto de alta calidad como el papel Sun Gard, no debe resguardarse en esta fortaleza sino implementar acciones preventivas que le ayuden a contrarrestar la amenaza de nuevos competidores, y perfeccionar sus técnicas de polarizado, brindar valor agregado y servicios postventa, lo que garantice la permanencia y fidelidad de sus clientes por mas tiempo.

Invertir en medios publicitarios con los cuales se puede obtener un mayor contacto con sus clientes potenciales de modo que conozcan los beneficios del nuevo papel y se interesen en adquirirlo. Sin embargo no basta con pautas informativas, también es necesario que la frecuencia sea alta para que se logre un nivel mayor de recordación.

Es importante tener en cuenta las quejas y sugerencias respecto al papel Sun Gard, de los clientes que lo utilizan, de modo que se puedan transmitir al proveedor las inquietudes de los clientes para que se de solución a sus deseos y exigencias.

BIBLIOGRAFIA

HORNGREN, Charles T. Contabilidad de costos, un enfoque de gerencia.

España: Prentice hall, 1980. 929 p.

KOTLER, Philip. Mercadotecnia. México: Mc graw hill, 1989. 575 p.

LAMBING, Kuehl. Pequeños y medianos empresarios. México: Prentice Hall,

1998. 299 p.

LUTHER, William. El plan de mercadeo, como prepararlo y ponerlo en marcha.

Bogota: Norma, 1985. 250 p.